

УДК 371.3

А. В. Федоров

*профессор кафедры социокультурного развития личности
Таганрогского института им. А. П. Чехова (филиал)
Ростовского государственного экономического университета,
почетный Президент Ассоциации кинообразования
и медиапедагогике России,
доктор педагогических наук, профессор (Россия)*

А. А. Левицкая

*проректор по научной работе
Таганрогского института управления и экономики,
кандидат педагогических наук, доцент (Россия)*

СИНТЕЗИРОВАННАЯ МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ МОДЕЛЬ, ПРИМЕНЯЕМАЯ В СТРАНАХ СНГ*

На основе анализа научных монографий, статей и интернет-ресурсов стран СНГ авторы синтезировали обобщенную модель массового медиаобразования, которая может быть использована для развития медиаграмотности / медиакомпетентности населения. Медиакомпетентность весьма востребована сегодня во всем мире, поэтому существует целый спектр задач, которые должны быть решены на государственных уровнях и должны стать основой при выработке медиаобразовательной стратегии в странах СНГ. При разработке инструментов реализации такой стратегии может быть полезен анализ подходов, механизмов и опыта других европейских стран, более успешно осуществляющих политику в этой сфере.

SYNTHESIZED MEDIA-EDUCATION MODEL, USED IN THE CIS

The authors set ourselves the task to synthesize a generalized model of mass media education based on the analysis of scientific monographs, articles and Internet resources of the CIS countries, which can be used to develop media literacy / media competence of the people. Media competence is in great demand all over the world today, so there is a whole range of tasks that should be solved at the state level and become the basis for the development of media education strategy in the CIS countries. When developing tools for implementing such a strategy, it may be useful to analyze the approaches, mechanisms, and experience of other European countries that are more successful in implementing policies in this area.

В результате анализа развития массового медиаобразования в странах СНГ [1] мы синтезировали медиаобразовательную модель, используемую в этих государствах (рис. 1). Разумеется, в некоторых из стран СНГ эта модель

* Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ) в рамках научного проекта № 18-013-00022 «Массовое медиаобразование в странах СНГ (1992-2020)».

имеет свои отличия. Например, модель массового медиаобразования, используемая на Украине, отличается сегодня явным креном в сторону пропаганды и контрпропаганды (на первый план выходит поиск и разоблачение ложных новостей, приправленные отчетливой антироссийской позицией [2; 3 и др.]). Некоторые исследователи на первый план выдвигают практическую деятельность (они называют ее медиактивностью) по созданию и распространению медийных продуктов для развития гражданских коммуникаций [4 и др.], другие — этические и эстетические проблемы медиаобразования [5], третьи — информационную составляющую медиакультуры [6; 7 и др.].

Медиаобразовательные модели, разработанные в странах СНГ, можно в целом разделить на следующие основные группы:

- модели, в большей степени ориентированные на анализ роли и функций медиакультуры в обществе и медиатекстов (с акцентом на эстетических и этических аспектах [5] или развитии аналитического мышления в целом) [6; 7; 8 и др.];

- модели, ориентированные на практическую деятельность в области медиакультуры (так называемую медиаактивность) [4; 9; 10; 11 и др.];

- модели, ориентированные на идеи гражданского, демократического общества [4; 12; 13 и др.], в последние годы продвигаемые медийными агентствами стран Европейского Союза в Казахстане, Киргизстане, Азербайджане, Узбекистане и Молдове;

- «журналистские», призванные в основном готовить будущих абитуриентов для факультетов журналистики [14; 15; 16; 17 и др.];

- контрпропагандистские, сконцентрированные по поиске ложных медийных сообщений и пропаганде / контрпропаганде [3; 18 и др.].

Вот почему и возникла необходимость разработки сбалансированной модели медиаобразования, учитывающей все виды деятельности на медийном материале — от аналитической до практической.

Итак, на основе проанализированных теоретических, методических трудов и практического опыта [2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12; 13; 14; 15; 16; 17; 18; 19; 20; 21; 22; 23; 24; 25; 26; 27; 28; 29; 30; 31; 32; 33; 34; 35 и др.] мы синтезировали медиаобразовательную модель, применяемую в странах СНГ, следующим образом:

Определение основных понятий: в целом совпадает с позицией ЮНЕСКО, где подчеркивается, что «концепция медиаобразования включает три основополагающие задачи: предоставлять доступ ко всем видам медиа, являющимся потенциальным инструментарием для понимания общества и участия в демократической жизни; развивать умения критического анализа получаемых сооб-

щений, как новостных, так и развлекательных, для развития способности быть независимыми и активными пользователями; поощрять производство, творчество и интерактивность в различных сферах медийной коммуникации» [35].

Концептуальная основа: синтез социокультурной и практической теорий медиаобразования, часто дополняемых теорией развития критического мышления.

Цели: развитие медиаграмотности / медиакомпетентности аудитории (то есть аналитических, творческих, коммуникативных способностей по отношению к медиа, умений полноценной интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, создания и распространения медиатекстов в социуме).

Задачи: развитие у аудитории следующих умений:

- практической деятельности (на основе овладения соответствующими технологиями осуществляется создание и распространение медиатекстов гуманитарной направленности);

- аналитической деятельности (на основе полученных знаний по теории и истории медиакультуры аудитория развивает умения анализа роли и функций медиа в социуме, анализа медийной продукции, то есть медиатекстов разных видов и жанров).

Области применения и организационные формы: развитие медиаграмотности / медиакомпетентности в учебных учреждениях различных типов и уровней (интеграция в обязательные дисциплины, специализированные занятия, курсы по выбору и др.), в организациях культуры и досуга, с помощью дистанционного обучения, медийных агентств и самообразования.

Возможные результаты внедрения данной медиаобразовательной модели: существенное повышение уровня медиаграмотности / медиакомпетентности массовой аудитории.

Методы развития медиаграмотности / медиакомпетентности массовой аудитории:

1) по источникам полученных знаний: *словесные* (лекции, беседы, дискуссии о медиа и медиакультуре, включающие создание проблемных ситуаций); *наглядные* (демонстрация медиатекстов, иллюстрации); *практические* (выполнение различного рода творческих ролевых и игровых заданий практического характера на материале медиа) [10; 11; 13; 26; 28; 29; 36; 37 и др.];

2) по уровню познавательной деятельности: *объяснительно-иллюстративные* (сообщение педагогом определенной информации о медиакультуре и медиаобразовании, восприятие и усвоение этой информации аудиторией); *проблемные* (проблемный анализ определенных ситуаций в сфере медиакультуры и/или медиатекстов с целью развития аналитического мышления);

исследовательские (организация исследовательской деятельности аудитории, связанной с медиакультурой и медиаобразованием) [2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12; 13; 14; 15; 16; 17; 18; 19; 20; 21; 22; 23; 24; 25; 26; 27; 28; 29; 30; 31; 32; 33; 34; 35 и др.].

Основные разделы содержания медиаобразовательных программ основаны на изучении ключевых понятий медиаобразования (медиаобразование, медиакомпетентность, медиаграмотность, категория медиа, медийное агентство, медийный язык, технологии медиа, медийные репрезентации, медийная аудитория и др.):

- место и роль медиакультуры и медиаобразования в мире; виды, жанры, язык медиа;

- основные термины, теории, ключевые концепции, направления, модели медиаобразования (в большей степени касается уровня высшего образования);

- основные исторические этапы развития медиаобразования в мире и в конкретных странах (в большей степени касается уровня высшего образования);

- технологии практической деятельности на медийном материале (включая ролевые и игровые занятия);

- развитие медиаграмотности / медиакомпетентности, способностей анализа роли и функционирования медиакультуры (включая медийную продукцию, т. е. медиатексты) в обществе (герменевтический, идеологический, философский, иконографический, гендерный, этический, эстетический анализ, семиотический, структурный, сюжетный анализ, контент-анализ, анализ стереотипов, анализ культурной мифологии, анализ персонажей и др.) [12; 20; 29; 37].

Синтезированная нами медиаобразовательная модель, применяемая в странах СНГ, включает следующие структурные блоки (рисунок 1):

1) *констатирующий блок*: диагностика уровней медиаграмотности / медиакомпетентности конкретной аудитории по отношению к медиакультуре перед началом обучения;

2) *содержательный блок*: историко-теоретическая составляющая (*изучение истории и теории медиакультуры*) и практическая составляющая (*практическая деятельность на материале медиакультуры*, то есть развитие творческих умений аудитории создавать и распространять медиатексты гуманистической направленности; *аналитическая деятельность*: развитие умений аудитории анализировать роль и особенности функционирования медиакультуры (включая медийные продукты — медиатексты) в обществе);

3) *итоговый блок* (блок итоговой диагностики медиаграмотности / медиакомпетентности аудитории на заключительном этапе обучения).

При этом в зависимости от возрастных особенностей конкретной аудитории в медиаобразовательной модели на первый план выходят те или иные составляющие данных блоков (например, изучение истории и теории медиакультуры в большей мере характерно для вузовского уровня, практическая и игровая деятельность на материале медиа становится доминирующей для детей младшего возраста и т. д.).

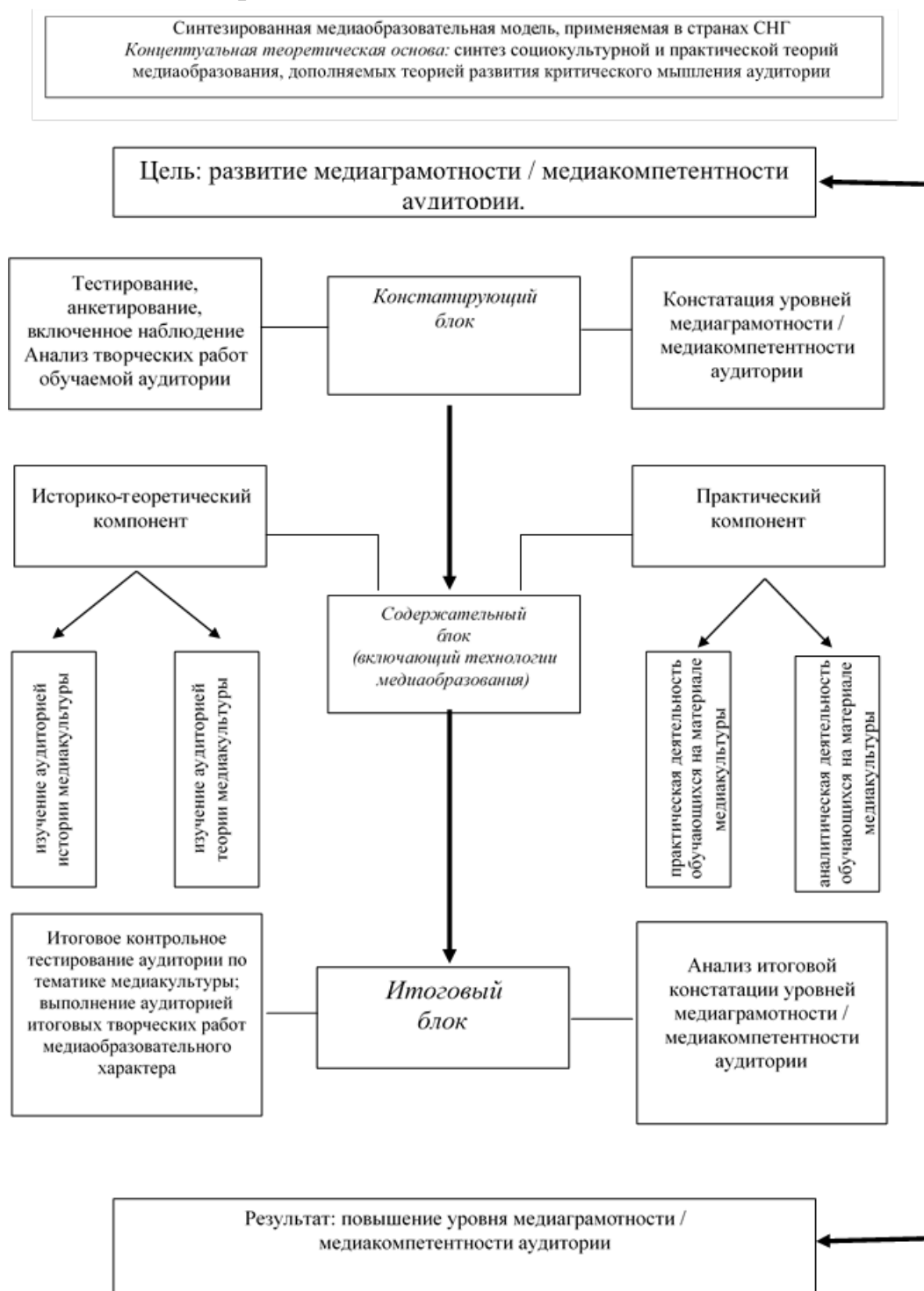
Для полноценной реализации данной модели, конечно, необходимы *показатели развития медиаграмотности / медиакомпетентности аудитории*. Из всех стран СНГ этот аспект медиаобразования наиболее последовательно разработан в России. В частности, еще в 2007 году нами были предложены следующие показатели *медиаграмотности / медиакомпетентности аудитории*:

- *мотивационный* (мотивы контакта с медиа и медиатекстами: жанровые, тематические, эмоциональные, гносеологические, гедонистические, психологические, моральные, интеллектуальные, эстетические, терапевтические и др.);
- *контактный* (частота общения/контакта с медиа и произведениями медиакультуры — медиатекстами);
- *информационный* (знания терминологии, теории и истории медиакультуры, процесса массовой коммуникации, роли и функций медиа в социуме);
- *оценочно-деятельностный* (умения интерпретировать, анализировать медиатексты);
- *практико-деятельностный* (умения создавать и распространять собственные медиатексты);
- *креативный* (наличие творческого начала в различных аспектах деятельности — перцептивной, аналитической, игровой, художественной, исследовательской и др., связанной с медиа и медиакультурой) [37].

Анализ научных монографий, статей и интернет-ресурсов позволяет сделать вывод, что на сегодняшний день в странах СНГ не существует единой концепции развития массового медиаобразования. Медиапедагоги стран СНГ в целом ориентируются на медиаобразование в трактовке ЮНЕСКО, однако на практике нередко наблюдается дисбаланс, когда на первый план выходит развитие компетенции в области информационных компьютерных технологий, практической деятельности по созданию медиатекстов или пропагандистские и контрпропагандистские задачи.

Интерес к медиаобразованию в вузах стран СНГ носит эпизодический характер: курсы, посвященные развитию медиаграмотности / медиакомпетентности студентов немедийных профилей, пока еще очень редки. В отличие от многих стран Европейского Союза медиаобразование все еще не интегрировано в

школьное образование. Далеко не везде используются широкие возможности неформального медиаобразования.



Вот почему мы поставили перед собой задачу на основе анализа научных монографий, статей и интернет-ресурсов стран СНГ синтезировать обобщенную модель массового медиаобразования, которая может быть использована для развития медиаграмотности / медиакомпетентности населения. Медиакомпетентность весьма востребована сегодня во всем мире, поэтому существует

целый спектр задач, которые должны быть решены на государственных уровнях и стать основой при выработке медиаобразовательной стратегии в странах СНГ. При разработке инструментов реализации такой стратегии может быть полезен анализ подходов, механизмов и опыта других европейских стран, более успешно осуществляющих политику в этой сфере.

Список основных источников

1. Fedorov, A. Comparative analysis of the development of mass media education in the Commonwealth of Independent States (CIS) countries / A. Fedorov, A. Levitskaya // Media Education. — 2018. — 58(3). — P. 39–62. [Вернуться к статье](#)
2. Емец-Доброносова, Ю. «Медіаосвіта» за кремлівським рецептом [Електронний ресурс] / Ю. Емец-Доброносова. — 2014. — Режим доступа: <https://krytyka.com/ua/community/blogs/mediaosvita-za-kremlivskym-retseptom>. — Дата доступа: 18.04.2014. [Вернуться к статье](#)
3. Коропатник, М. Проблеми формування медіаобізнаності населення України щодо подій в Криму і на Донбасі в контексті інформаційно-пропагандистської агресії Росії / М. Коропатник // Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи : зб. ст. П'ятої міжнародної науково-методичної конференції. — Київ : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2017. — С. 357–372. [Вернуться к статье](#)
4. Дзялошинский, И. М. Медiateкст: особенности создания и функционирования / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — М. : НИУ-ВШЭ, 2011. — 377 с. [Вернуться к статье](#)
5. Пензин, С. Н. Медиаобразование и диалог культур / С. Н. Пензин // Вестн. ВГУ. Серия Гуманитарные науки. — 2004. — № 2. — С. 124–132. [Вернуться к статье](#)
6. Гендина, Н. И. Информационная культура и медиаграмотность в России / Н. И. Гензина // Информационное общество. — 2013. — № 4. — С. 77. [Вернуться к статье](#)
7. Гендина, Н. И. Учебная программа ЮНЕСКО по медиа и информационной грамотности для учителей как объект анализа и адаптации в России и Узбекистане / Н. И. Гендина // Медиаобразование. — 2017. — № 3. — С. 27–44. [Вернуться к статье](#)
8. Короченский, А. П. Медиаобразование в России: не только «внешние» трудности и препятствия / А. П. Короченский // Медиаобразование. — 2005. — № 3. — С. 37–42. [Вернуться к статье](#)
9. Бекназарова, С. С. Сравнительный анализ внедрения элементов медиаобразования в учебный процесс / С. С. Бекназарова // Медиаобразование. — 2011. — № 3. — С. 75–83. [Вернуться к статье](#)
10. Журин, А. А. Интегрированное медиаобразование в средней школе (предметы естественнонаучного цикла) / А. А. Журин. — Изд. 2-е. — М.-Саров : СГТ, 2009. — 300 с. [Вернуться к статье](#)
11. Мурадян, А. С. Медиаграмотность как результат применения анимационных технологий в процессе техновоспитания / А. С. Мурадян, А. М. Манукян / European journal of education and applied psychology. — 2017. — № 1. — С. 14–19. [Вернуться к статье](#)

12. Медиа и информационная грамотность : ресурсная книга для учителя / М. Иманкулов [и др.]. — Бишкек : Центр поддержки СМИ, 2018. — 270 с. [Вернуться к статье](#)

13. Штурхецкий, С. Медиаграмотность: практ. учеб. пособие для высших учеб. заведений по медийной и информационной грамотности [Электронный ресурс] / С. Штурхетский. — Лион : IREX Europe, 2018. — 156 с. — Режим доступа: http://www.mediasabak.org/media/IE_-_curriculum_-_university_V2_ru.pdf. — Дата доступа: 08.02.2019. [Вернуться к статье](#)

14. Вартанова, Е. Л. О современных медиа и журналистике / Е. Л. Вартанова. — М. : Медиамир, 2015. — 136 с. [Вернуться к статье](#)

15. Джалилов, А. Проблемы и перспективы медийного образования в Казахстане / А. Джалилов // Журналистское образование — повышение качества образования и новые технологии : материалы Центральноазиатской конференции СМИ, Бишкек, 15–16 октября 2009 / под ред. А. Карлсрайтер и А. Даминовой. — Вена : ОБСЕ, 2010. — С. 107–116. [Вернуться к статье](#)

16. Жилавская, И. В. Интерактивная (журналистская) модель медиаобразования / И. В. Жилавская // Медиаскоп. — 2008. — № 2. — С. 11–16. [Вернуться к статье](#)

17. Корконосенко, С. Г. Преподаем журналистику. Профессиональное и массовое медиаобразование : учеб.-метод. пособие / С. Г. Корконосенко. — СПб. : Изд-во Михайлова, 2004. — 240 с. [Вернуться к статье](#)

18. Bucataru, V. Media Literacy and The Challenge of Fake News [Electronic resource] / V. Bucataru // Media Forward. N 1. — Mode of access: https://freedomhouse.org/sites/default/files/01-Fake_News-EN.pdf. — Date of access: 11.04.2019. [Вернуться к статье](#)

19. Ахметова, Л. С. Медиаобразование в Казахстане / Л. С. Ахметова // International journal of applied and fundamental research. — 2014. — № 3. — С. 37–38. [Вернуться к статье](#)

20. Медиаобразование в Казахстане / Л. С. Ахметова [и др.]. — Алматы : Казак университеті, 2013 — 254 с. [Вернуться к статье](#)

21. Бондаренко, Е. А. Медиаобразование в формировании современной образовательной среды / Е. А. Бондаренко // Образовательные технологии XXI века / под ред. С. И. Гудиной, К. М. Тихомировой, Д. Т. Рудаковой. — М. : Изд-во Рос. академии образования, 2009. — С. 51–57. [Вернуться к статье](#)

22. Венидиктов, С. В. Интеграционный ресурс медиаобразования в Евразийском проекте / С. В. Венидиктов // Научные ведомости Белгородского гос. ун-та. Сер. Гуманитарные науки. — 2015. — № 18 (215). Вып. 27. — С. 190–196. [Вернуться к статье](#)

23. Гудилина, С. И. Инновационная деятельность в области медиаобразования / С. И. Гудилина // Образовательные технологии XXI века ОТ'07 / под ред. С. И. Гудиной, К. М. Тихомировой, Д. Т. Рудаковой. — М., 2007. — С. 8–13. [Вернуться к статье](#)

24. Жижина, М. В. Медиакультура: культурно-психологические аспекты / М. В. Жижина. — М. : Вузовская книга, 2009. — 188 с. [Вернуться к статье](#)

25. Измайлова, К. Медиаобразование в Узбекистане: тенденции, проблемы, перспективы / К. Измайлова // Иностранные языки в Узбекистане. — 2016. — № 6. — С. 121–126. [Вернуться к статье](#)

26. Иванов, В. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд / В. Иванов, О. Волошенко, Л. Кульчинська. — Київ : АУП, ЦВП, 2011. — 58 с. [Вернуться к статье](#)
27. Кириллова, Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. — М. : Академический проект, 2005. — 448 с. [Вернуться к статье](#)
28. Ковбаса, А. В. Медиаобразование кадров высшей квалификации: теоретические концепции и современные методические подходы / А. В. Ковбаса // Организация подготовки научных кадров высшей квалификации в условиях инновационных преобразований на военном факультете : материалы науч.-метод. семинара, Минск, 30 окт. 2012 г. — Минск : БГУИР, 2013. — С. 39–40. [Вернуться к статье](#)
29. Онкович, Г. В. Медіалогія і медіосвіта: входження до науково-освітнього простору / Г. В. Онкович // Мова і культура. — 2009. — Т. XII (124). — Вип. 11. — С. 327–333. [Вернуться к статье](#)
30. Онкович, Г. В. Технології медіаосвіти / Г. В. Онкович // Вища освіта України. — 2007. — № 3. Д. 3 (Т. 5). — С. 357–363. [Вернуться к статье](#)
31. Фатеева, И. А. Актуальные проблемы медиаобразования / И. А. Фатеева. — Челябинск : Челябинск. гос. ун-т, 2015. — 129 с. [Вернуться к статье](#)
32. Фатеева, И. А. Медиаобразование: теоретические основы и опыт реализации / И. А. Фатеева. — Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2007. — 270 с. [Вернуться к статье](#)
33. Шариков, А. В. О необходимости реконцептуализации медиаобразования / А. В. Шариков // Медиаобразование. — 2012. — № 4. — С. 61–76. [Вернуться к статье](#)
34. Akhmetova, L. Media Education In the Context of Development of Kazakhstan Journalism / L. Akhmetova, A. Verevkin, T. Lifanova // World Applied Sciences Journal. — 2013. — № 25 (11). — P. 1624–1629. [Вернуться к статье](#)
35. UNESCO (2007). Paris Agenda or 12 Recommendations for Media Education [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/Parisagendafin_en.pdf. — Date of access: 11.03.2019. [Вернуться к статье](#)
36. Федоров, А. В. Медиаобразование: история, теория и методика / А. В. Федоров. — Ростов н/Д : ЦВВР, 2001. — 708 с. [Вернуться к статье](#)
37. Федоров, А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза / А. В. Федоров. — М. : Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. — 616 с. [Вернуться к статье](#)